



© Martina Berger

# Studie: Insights zur Audionutzung 2.0

Mediaplus Austria & Media1 wollen mit „Generation Audio“ wichtige Fragen zur aktuellen Radionutzung beantworten.

## Experten

Joachim Krügel und Christoph Auböck von Media1 sowie Sarah Schwarzingler und Bianca Spanning von Mediaplus Austria (v.l.).

## Gastkommentar

•• Von Sarah Schwarzingler und Christoph Auböck

**H**ier und in den kommenden Wochen werden Sie die spannenden Ergebnisse einer neuen Studie lesen: der Generation Audio. Die Audiolandschaft hat sich in den letzten Jahren massiv verändert. Neben

dem klassischen UKW-Radio sind Webradio und Audio-Streaming immer beliebter geworden, vor allem durch den Boom von Podcasts. Ist damit aber der bisherige Audio-Planungsansatz obsolet geworden? Müssen Werbetreibende nun einen anderen Audiomix wählen? Um diese und weitere Fragen zu beantworten, haben wir (Media1 und Mediaplus Austria) die Generation Au-

dio ins Leben gerufen. Nach dem großen Erfolg der gemeinsamen Bewegtbild-Studien („Generation Video“) war es für uns als zwei der innovativsten Mediaagenturen naheliegend, erneut zu kooperieren. Dabei konnten wir auch auf das Know-how des führenden Privatradiosenders Kronehit zählen. „Ein wirklich spannender und umfassender Blick auf die Audiolandschaft,

der beweist, welche große Bedeutung Audio, im speziellen Radio, im Mediaplan einnimmt“, so auch Kronehit-Geschäftsführer Mario Frühauf.

Das Ziel der Studie war, die hoch fragmentierte Audio-Nutzung der Hörer genau zu verstehen und Insights zu generieren, die die Audio-Planung in Österreich auf ein ganz neues Level heben.